

経営発達支援計画の概要

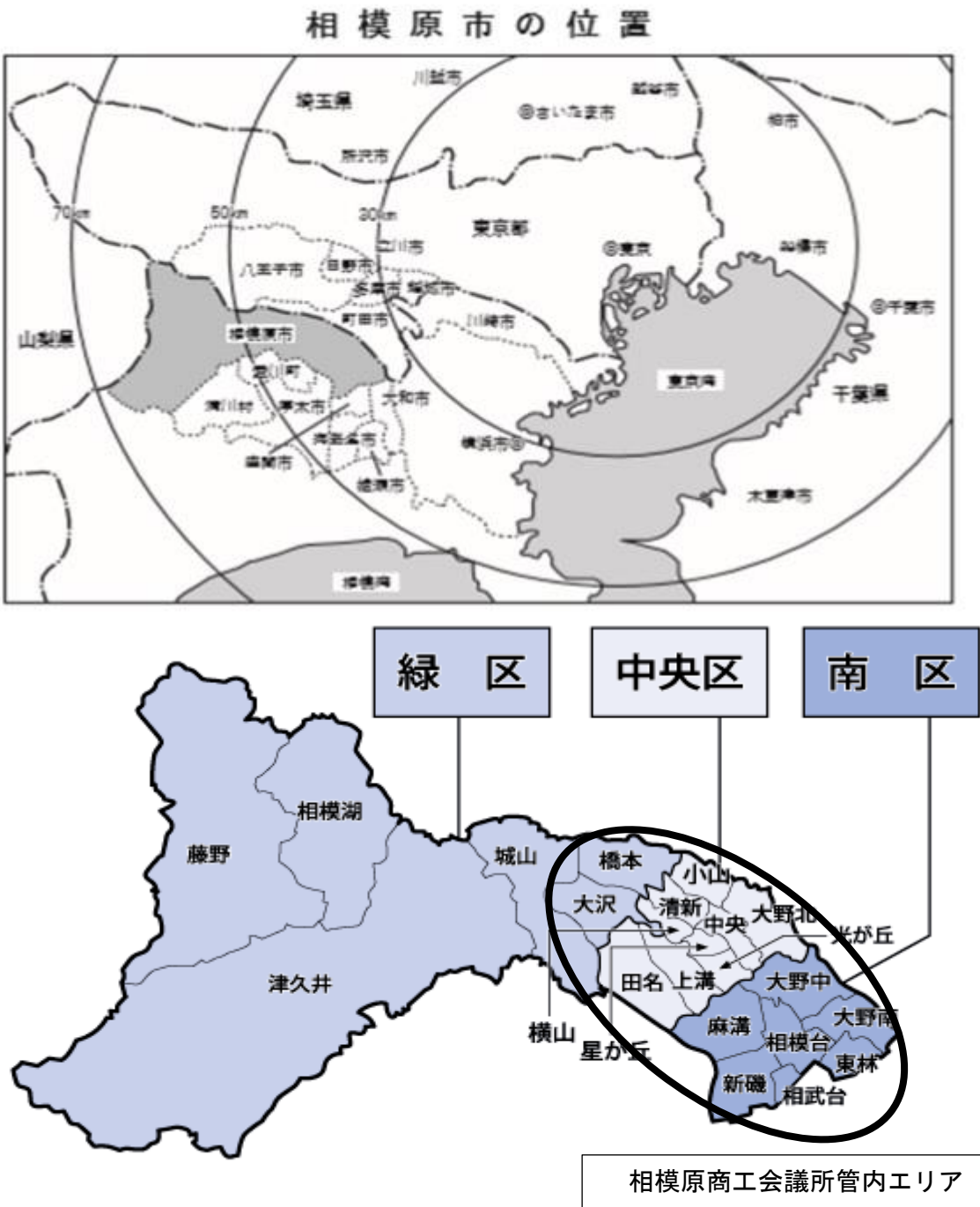
実施者名 (法人番号)	相模原商工会議所 (法人番号：5021005002545) 相模原市 (地方公共団体コード：141500)
実施期間	令和2年4月1日～令和7年3月31日
目標	経営発達支援計画の目標 1. 小規模事業者の長所と成長ステージにあわせた伴走型支援の強化 2. 小規模事業者の円滑な事業承継を可能とする支援の強化 3. 相模原市や市内産業支援機関と連携した創業・起業支援と開業率の向上 4. 新たな需要の開拓に寄与し成長力を強化
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域の経済動向調査に関すること 「REASAS」による地域経済の動向分析（年1回）と「景気観測調査」（年4回実施）を実施し公表する。 2. 経営状況の分析に関すること 経営支援ソフトBIZミルを活用して財務分析・SWOT分析の双方に取り組むほか、事業承継支援にもつなげる。 3. 事業計画策定支援に関すること 上記2で経営分析をおこなった事業者及び掘り起こし事業者に対して事業計画の策定支援に取り組む。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者年に2回の頻度でフォローアップする。 5. 需要動向調査に関すること 展示会出展時にアンケート調査を行う他、「フードビジネスマッチング商談会」にてバイヤーから情報収集をする。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 食品を取り扱うマッチング商談会の開催や展示会等への出展支援を行う。 II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中心市街地・商店街において集客力の高いイベントを重点的に支援し地域経済の活性化に寄与する。 2. ロボット産業活性化事業及びロボット人材の育成等に取り組む。
連絡先	相模原商工会議所 中小企業振興部 経営支援課 〒252-0239 神奈川県相模原市中央区中央3丁目12番3号 TEL：042-753-8135 FAX：042-753-7637 e-mail：keieisien@sagamihara-cci.or.jp 相模原市 環境経済局 経済部 産業政策課 〒252-5277 神奈川県相模原市中央区中央2丁目11番15号 TEL：042-769-8237 FAX：042-754-1064 e-mail：sangyouseisaku@city.sagamihara.kanagawa.jp

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

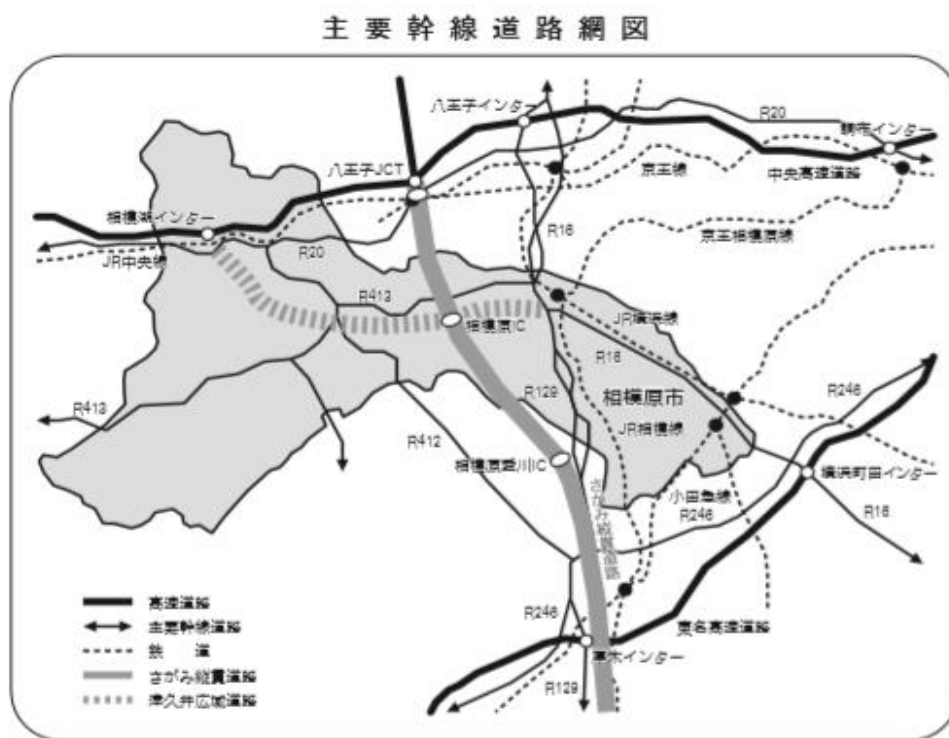
①現状

- 相模原市は神奈川県北部、首都圏の南西部に位置しており、東京都心から 30～60 km 圏内にある人口約 72 万人の政令指定都市である。
- 本市の面積は、平成 18（2006）年 3 月に津久井町・相模湖町、平成 19（2007）年 3 月に城山町・藤野町と合併し、面積は 328.91 平方キロメートルとなり、県内では横浜市に次ぐ 2 番目に広い自治体となっている。対象となる当所管内は、下記区毎の図の内、中央区・南区と緑区の橋本・大沢となる。当所管内の面積は、90.41 平方キロメートルで総面積の 27.5%を占める。また、令和元年 10 月 1 日現在の市の人口は 722,828 人。その内 91.1%にあたる 658,784 人が当所管内の人口である。



出典：平成 30 年度相模原市の概要／市ホームページより

- ・本市は、2027年にはリニア中央新幹線の神奈川県唯一の駅が設置される橋本駅周辺地区（緑区）及び小田急多摩線の延伸と相模総合補給廠の一部返還地の開発を控える相模原駅周辺地区（中央区）を広域交流拠点とするまちづくりをはじめ、圏央道 IC 周辺を中心とした新たな拠点づくり、市内公共交通の利便性の一層の充実を図る「新しい交通システム」の導入等、大規模プロジェクトが進行中である。
- ・また、本市の交通インフラは小田急線、京王線、JR 中央線、中央自動車道によって東京都心と直結しているほか、JR 横浜線・相模線といった鉄道や国道 16 号・20 号・129 号などの幹線道路が整備されている。さらには、さがみ縦貫道路（圏央道）の相模原愛川インターチェンジ（平成 26 年 6 月開通）や相模原インターチェンジが完成したことにより、東名高速、中央道、関越道と直結し、広域交通インフラが整備され、物流面や観光面での経済効果の向上と広域化が大幅に促進された。
- ・このように首都圏南西部の交通の結節点で首都圏に直結する恵まれた交通環境にあり、首都圏南西部の新しい玄関口となるリニア中央新幹線の新駅が2027年度に本市・橋本駅付近に建設されることにより、業務・商業・文化など多様な都市機能が充実するとともに交流人口も拡大し、シティ・セールスの面でも大きな効果が見込まれている。
 こうしたポテンシャルを最大限に生かしながら、首都圏の成長を牽引するとともに、首都圏南西部における広域交流拠点都市として、より一層の発展が期待できる都市である。



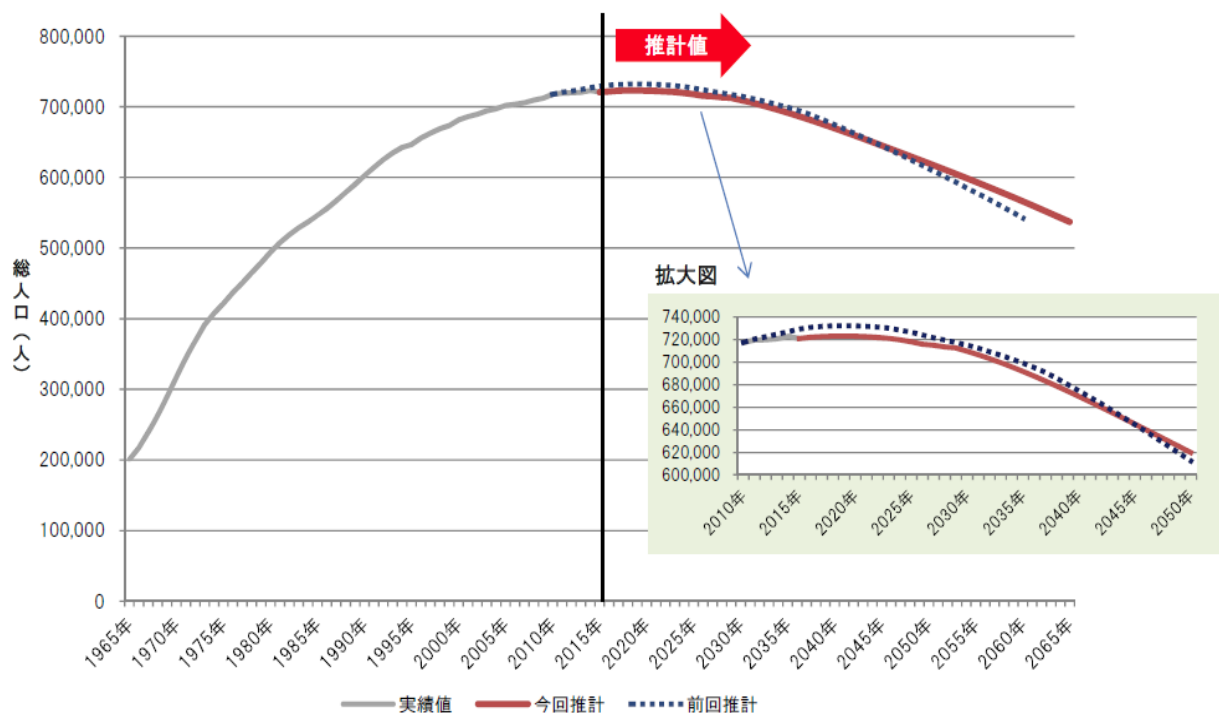
出典：平成 30 年度相模原市の概要より



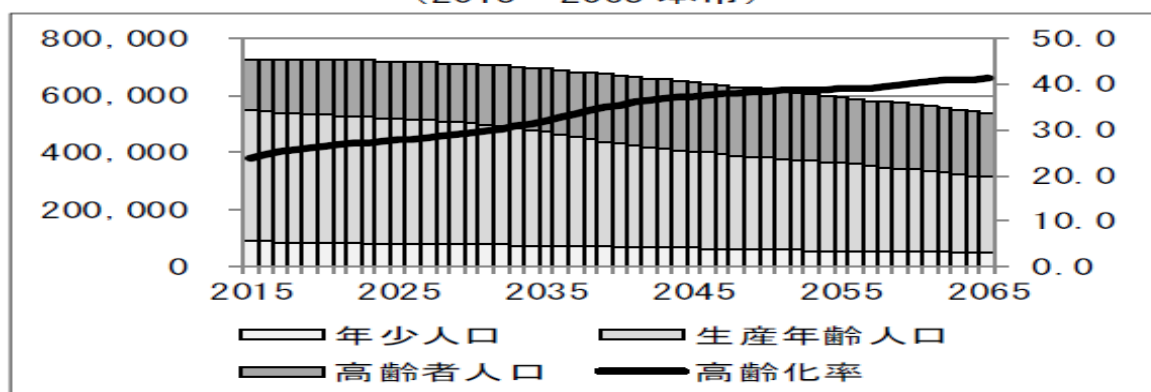
出典：相模原市 IR 資料より

- ・本市の人口は、平成18（2006）年及び平成19（2007）年の合併により、総人口70万人を超える政令指定となり、その後も微増傾向で推移してきた。
平成 27（2015）年の国勢調査に基づく本市の将来人口推計結果によれば、本市の総人口は、令和元（2019）年の 723,056 人をピークとして、それ以後は一貫して減少すると見込まれている。年齢区分別にみると、年少人口及び生産年齢人口は、今後一貫して減少するが、高齢者人口は令和 26（2044）年まで増加を続け、その後減少に転じると推計されており、将来的にさらに少子高齢化が進むと予測されている。

図表 5 総人口の推移と推計値（1965 年～2065 年）



図序-1 年齢3区分別人口及び高齢化率の推移
(2015～2065 本市)



図表 4 相模原市の将来人口の推移

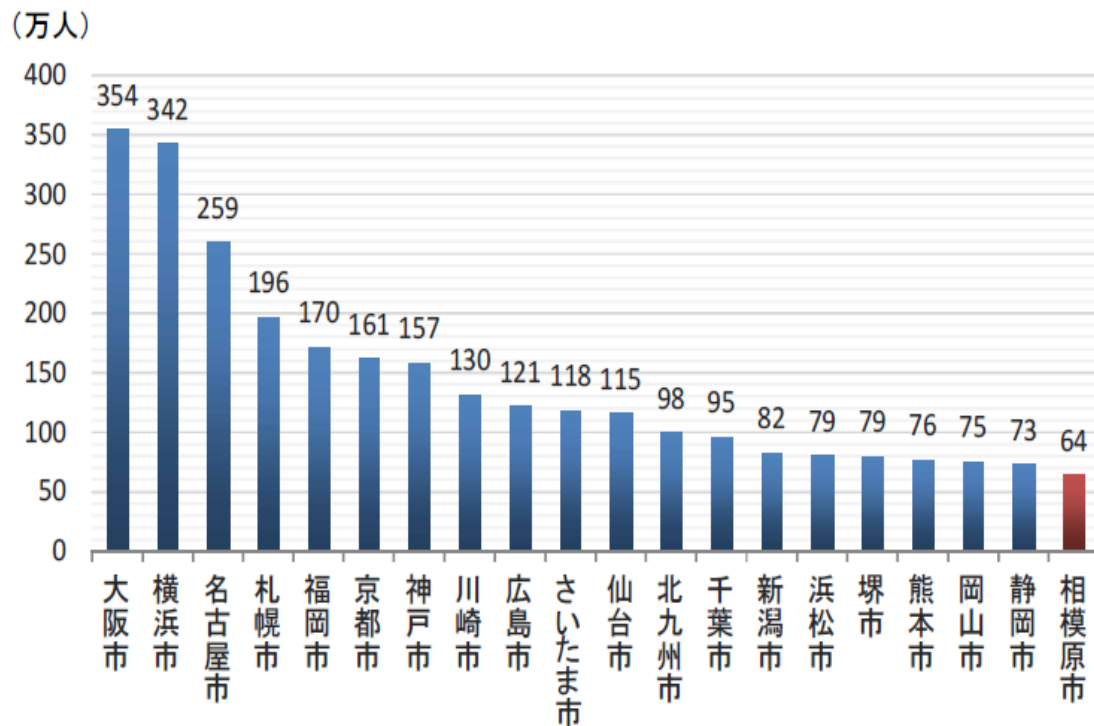
項目	2015年	人口のピーク	2060年	2065年
今回推計 (2015年)	720,780人 国勢調査確報値	723,056人 2019年	566,191人	536,958人
前回推計 (2010年)	729,035人 推計値	732,233人 2019年	542,692人	—

◎出典：相模原市の将来人口推計（2018 年 2 月さがみはら都市みらい研究所）

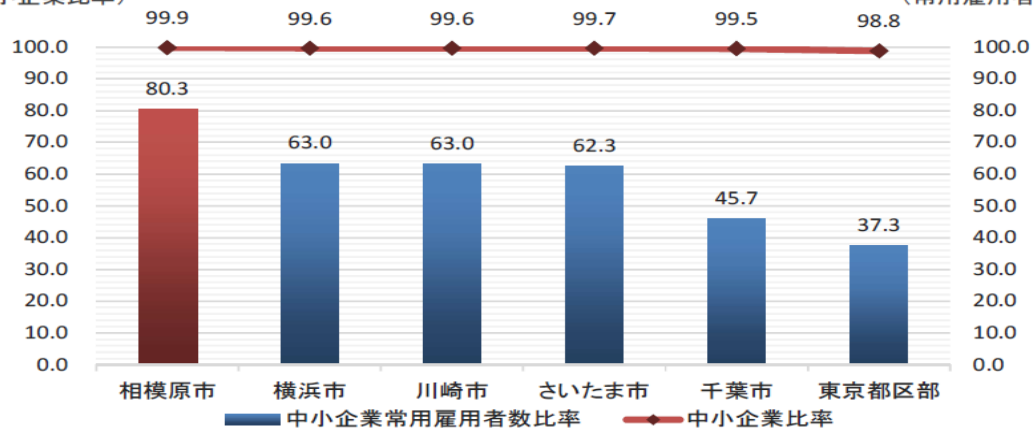
○ 就業人口と中小企業

- 産業では業務機能の集積度の低いことなどから昼夜間人口比率が低く市外で働く人が多い。人口構成バランスが変化していく中で、本市の全企業に占める中小企業割合は、99.9%。かつ80.3%が中小企業雇用者である。
- 首都圏の政令指定都市と比較すると本市が最も中小企業の比率が高く地域経済や地域の雇用を担う中小企業の役割が大きい。

図表0-26 政令指定都市の昼間人口（平成27年）



図表Ⅲ-91 中小企業比率、常用雇用者比率の政令指定都市間比較（民営、非一次産業、平成26年）
 (中小企業比率) (常用雇用者比率)



◎出典：まちづくりに関する基礎データ集（平成30年3月 相模原市）

○本市の産業構造と事業所数の産業分類別の構成

下表の「産業（中分類）別・従業者規模別事業所数」の平成28年度経済センサス活動調査によると、本市における「産業別事業所数」は、22,480事業所となっている。その構成比は、第1次産業（農業・林業）が73事業所で0.3%、第2次産業（鉱業・採石業、砂利採取業、建設業、製造業）が4553事業所で20.2%、第3次産業（電気・ガス・熱供給・水道業他）が79.5%となっている。

平成24年と平成28年の全産業の実数（事業所数）を比較すると22,480となり、前回より△644、増減率は△2.8となっている。

事業所数を産業大分類別に比べると、「卸売業、小売業」が、4,828事業所で最も多く、全体の21.5%を占めている。次いで、「宿泊業、飲食サービス業」で2,654事業所（11.8%）、「建設業」2,582事業所（11.5%）の順になっている。

前回調査と比べると6産業で増加し、11産業で減少している。また、増減数をみると、「不動産業、物品賃貸業」で△370と最も減少しており、次に「建設業」△189、「卸売業、小売業」△187と続いている。増加数では、「医療、福祉」が422と突出している。

【産業分類別事業所数】

単位（事業所、%）

産業大分類	平成24年		平成28年		増減数	増減率
	実数	構成比	実数	構成比		
全産業（公務を除く）	23,124	100.0	22,480	100.0	△644	△2.8
農林漁業	72	0.3	73	0.3	1	1.4
鉱業、採石業、砂利採取業	1	0.0	3	0.0	2	200.0
建設業	2,771	12.0	2,582	11.5	△189	△6.8
製造業	2,089	9.0	1,968	8.8	△121	△5.8
電気・ガス・熱供給・水道業	4	0.0	5	0.0	1	25.0
情報通信業	241	1.0	205	0.9	△36	△14.9
運輸業・郵便業	512	2.2	559	2.5	47	9.2
卸売業・小売業	5,015	21.7	4,828	21.5	△187	△3.7
金融業・保険業	227	1.0	231	1.0	4	1.8
不動産業・物品賃貸業	2,241	9.7	1,871	8.3	△370	△16.5
学術研究・専門・技術サービス業	1,036	4.5	983	4.4	△53	△5.1
宿泊業・飲食サービス業	2,721	11.8	2,654	11.8	△67	△2.5
生活関連サービス業、娯楽業	2,129	9.2	2,121	9.4	△8	△0.4
教育、学習支援業	1,040	4.5	1,011	4.5	△29	△2.8
医療、福祉	1,730	7.5	2,152	9.6	422	24.4
複合サービス事業	91	0.4	85	0.4	△6	△6.6
サービス業（他に分類されないもの）	1,204	5.2	1,149	5.1	△55	△4.6

※平成28年経済センサス活動調査・事業所に関する集計より

○本市「商業」の特徴

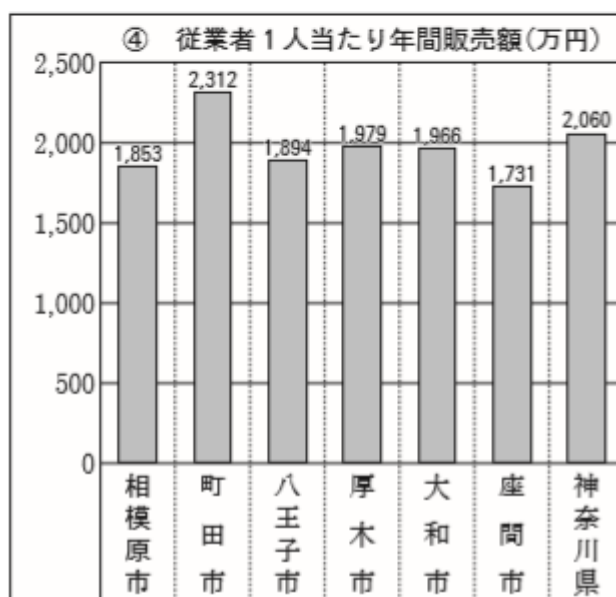
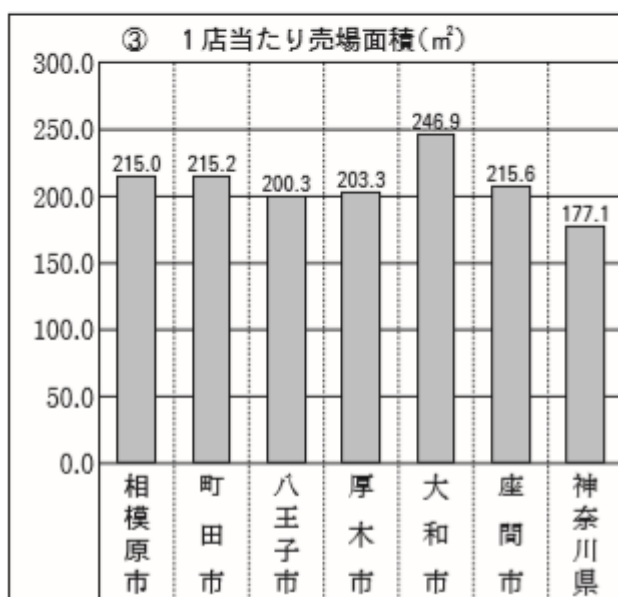
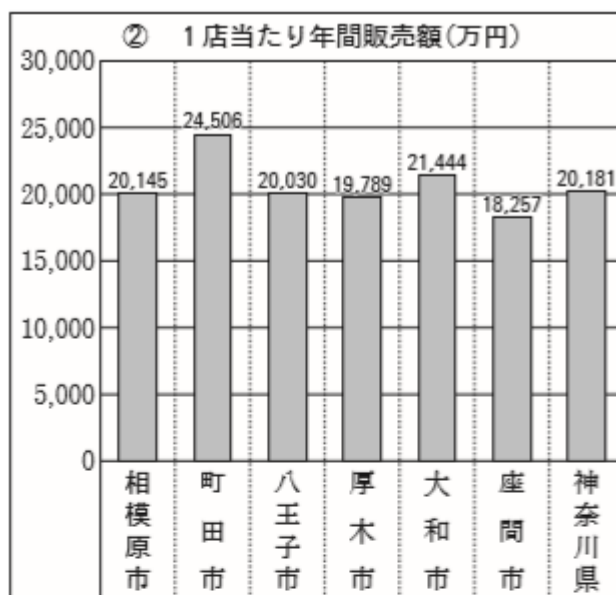
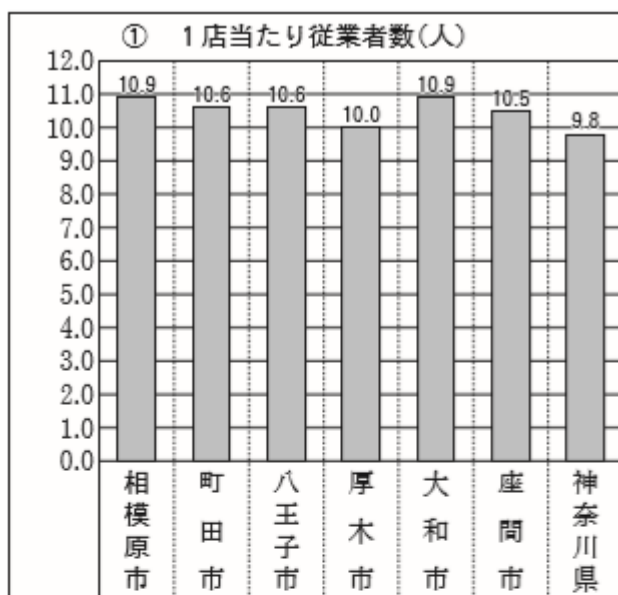
本市は、市域に国道 16 号線等の幹線道路が複数整備され交通量が多い等の特徴から、規模の大きなロードサイド店が多数出店しているほか、大規模小売店の増加の影響により、他市と比較して 1 店あたりの従業員員数が多く、売り場面積も広い傾向にある。

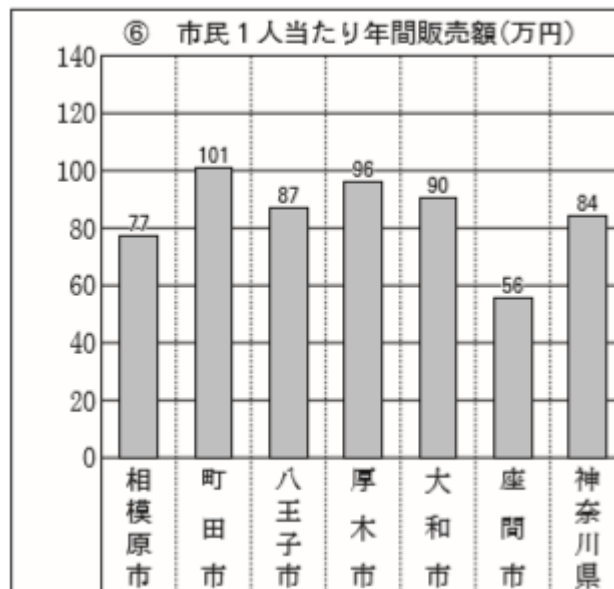
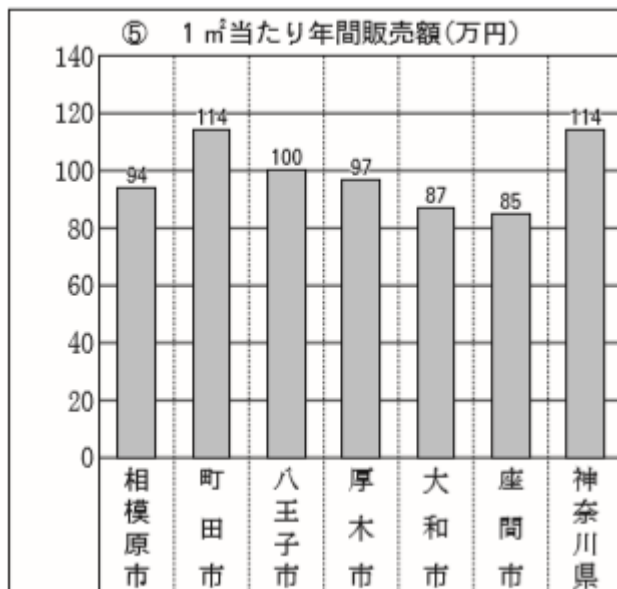
しかし、都市の人口規模から見た場合、他市と比較して 1 m²あたりの年間販売額及び人口 1 人当たりの年間販売額が低い水準にある。

本市の周辺地域を見ると、町田市や八王子駅前にはブランド力やネームバリューの高い大型店が存在し、市域外にはロードサイド店や大型アウトレット店等の進出も続いていることから、地元ではなく周辺商業地へ出向く傾向があり、こうした購買力の流出等が本市商業に影響していることが想定される。

本市の人口と売り場面積は高い水準にあるが、他市と比較して、1 m²あたりの年間販売額と人口 1 人当たりの年間販売額は低い水準に留まっており、72 万人の商圏を有するメリットを活かしきれていないことが問題となっている。

本市商業をさらに活性化することで魅力ある商業地を形成し、市外への購買力の流出を防ぎ、市内での消費活動を増加させることが今後の課題である。





(出典：平成30年度 相模原市産業の概要)

○本市「工業」の特徴

本市工業は、経済センサス活動調査（平成28年6月1日現在 従業者数4人以上の事業所のみ）によると、事業所数933所、従業者数については34,740人で横浜市、川崎市につづく県内3位となっている。933事業所数を業種別にみると、一般機械、金属製品等が68.8%、従業者数で61.6%、製造品出荷額等が66.1%を占めており、これらの業種が集積していることが本市の特徴の一つになっている。

製品出荷額等については、1,179,852百万円。また、付加価値額については361,750百万円となっており、横浜市、川崎市、藤沢市につづく県内4位となっており、全国でも有数な内陸工業都市である。

一方で、長引く景気低迷の影響や生産のグローバル化により、企業経営の再構築が進められており、大規模工場の整理・縮小等により、製造品出荷額等については、平成3年の2,168,354百万円をピークに減少傾向が続いている。また、他の大都市と比べて、工業の生産性の指標である従業員1人当たりの製造品出荷額等及び付加価値額等が低いことから、中小企業等の生産性が高いとは言えない状況である。

業 種 別 状 況

業 種	事 業 所 数		従 業 者 数		製造品出荷額等	
	(所)	構成比(%)	(人)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)
一 般 機 械	222	23.8	6,633	19.1	296,284	25.1
金 属 製 品	129	13.8	3,098	8.9	84,553	7.2
電 気 機 器	93	10.0	3,139	9.0	63,977	5.4
プ ラ ス チ ッ ク	65	7.0	1,523	4.4	43,941	3.7
電 子 部 品	49	5.3	1,269	3.7	24,599	2.1
輸 送 機	60	6.4	4,518	13.0	218,714	18.5
情 報 機 器	23	2.5	1,231	3.5	48,518	4.1
小 計	641	68.8	21,411	61.6	780,586	66.1
そ の 他	292	31.2	13,329	38.4	399,266	33.9
総 計	933	100.0	34,740	100.0	1,179,852	100.0

(平成28年6月1日現在 経済センサス活動調査)

(注) ※従業者数4人以上の事業所のみ

※「はん用機器」「生産用機器」「業務用機器」は「一般機械」にまとめた。

工業の推移 I

年 度	事業所数 (所)	伸び率 (倍)	従業者数 (人)	伸び率 (倍)	製造品出荷額等 (百万円)	伸び率 (倍)
昭和30年	68	—	950	—	842	—
40年	307	4.5	25,388	26.7	83,491	99.2
50年	831	12.2	41,349	43.5	525,763	624.4
60年	1,291	19.0	50,592	53.3	1,314,726	1,561.4
平成2年	1,477	21.7	53,003	55.8	2,090,465	2,482.7
3年	1,414	20.8	52,653	55.4	2,168,354	2,575.2
7年	1,237	18.2	47,581	50.1	1,923,938	2,285.0
12年	1,366	20.1	43,748	46.1	1,823,847	2,166.1
22年	1,061	15.6	37,069	39.0	1,161,037	1,378.9
23年	1,068	15.7	35,196	37.0	1,149,178	1,364.8
24年	1,000	14.7	34,725	36.6	1,144,787	1,359.6
25年	956	14.1	34,977	36.8	1,153,869	1,370.4
26年	941	13.8	35,281	37.1	1,224,071	1,453.7
27年	933	13.7	34,740	36.6	1,179,852	1,401.2

(注) ※従業者数4人以上の事業所のみ (工業統計調査、経済センサス)
 ※伸び率は昭和30年を1として計算
 ※各年12月末現在(平成27年度は、平成28年6月1日現在)の相模原市域のデータ
 ※平成12年までは旧相模原市域のデータ

○相模原市における小規模事業者の状況

- ・総務省が公表した「平成26年・28年度 経済センサス活動調査」によると平成26年7月1日現在における相模原市内の産業（中分類）別の民営の事業所数は23,526事業所となっている。その内、小規模事業者数は20,878事業所で88.7%を占めている。また、平成28年7月1日現在の数字では、22,480事業所に対して、小規模事業所数は19,739事業所となり、87.8%となっている。
- ・上記表から、建設業、製造業、卸売業・小売業、不動産業、物品賃貸業等の小規模事業者数が減少している。
- ・金融業、保険業、医療、福祉においては、若干であるが前回数値を上まわる結果となっている。

※管内と管外を分けた事業者の統計データが無いため、市域全体のデータを掲載している。

なお、平成28年度における管内小規模事業者数の推計は17,432社（平成18年度事業所・企業統計調査を基に推計）となっている。

※産業（中分類）別・従業者規模別事業所数

産業分類（中分類）	総事業所数		小規模事業所数		小規模事業所数の構成比 (分類別／小規模事業所数総数で除算)	
	H26年	H28年	H26年	H28年	H26年	H28年
農業・林業	78	73	68	63	0.3	0.3
漁業	－	－	－	－	－	－
鉱業・採石業・砂利採取業	2	3	2	2	0	0
建設業	2,739	2,582	2,624	2,466	12.6	12.5
製造業	2,097	1,968	1,737	1,609	8.3	8.2
電気・ガス・熱供給・水道業	5	5	2	2	0	0
情報通信業	225	205	202	188	1.0	1.0
運輸業、郵便業	559	559	347	329	1.7	1.7
卸売業、小売業	5,030	4,828	4,424	4,242	21.2	21.5
金融業、保険業	227	231	164	169	0.8	0.8
不動産業、物品賃貸業	2,215	1,871	2,169	1,837	10.4	9.3
学術研究、専門・技術サービス業	1,034	983	987	933	4.7	4.7
宿泊業、飲食サービス業	2,762	2,654	2,391	2,269	11.5	11.5
生活関連サービス業、娯楽業	2,163	2,121	2,029	1,974	9.7	10.0
教育、学習支援業	1,045	1,011	955	893	4.6	4.5
医療、福祉	2,060	2,152	1,674	1,728	8.0	8.8
複合サービス業	76	85	73	72	0.3	0.3
サービス業（他に分類されないもの）	1,209	1,149	1,030	963	4.9	4.9
総計	23,526	22,480	20,878	19,739	100	100

出典：総務省「平成26年・28年度 経済センサス活動調査」

②課題

「さがみはら産業振興ビジョン2025」（計画期間：2016年度～2025年度）で記載された本市の強み

- ・内陸工業都市として発展してきた本市には、高度な技術力を有する産業集積基盤があり、市外はもとより海外において市場を獲得している多くのものづくり企業の存在。
- ・安定した地盤とともに広域交通ネットワークの更なる充実により、そのポテンシャルを生かした成長産業の集積がますます期待。
- ・工業を中心とした産業の活性化により、高生産性や高付加価値などの新たな価値を創造が可能。
- ・津久井地域との合併により、良好な住環境と豊かな自然といった多様な地域性を持つ都市。市外への購買力の流失など商業・サービス業の基盤が決して強いとはいえない本市が、合併により豊かな自然などの多様な地域資源を有したことは、産業の活性化に大きな可能性をもたらす。
- ・地域資源を活用した商業・サービス業の革新や広域交流拠点都市としてのポテンシャルを生かした業務機能の集積により新たな魅力を創出が期待される。

「さがみはら産業振興ビジョン2025」（計画期間：2016年度～2025年度）で指摘された課題

○本市産業全体の課題として

- (1) 昼夜間人口比率の低さ
- (2) 将来的な労働力不足
- (3) 業務機能の集積度が低い産業構造

○工業の課題としては、

- (1) 大都市部の中では高いとはいえない生産性
- (2) 上位業種の集積度が低いことによるデメリット

○商業・サービス業の課題としては、

- (1) 通勤・通学人口や購買力の市外流失と受け皿の不足
- (2) 効率性の面で比較劣位にある市内商業
- (3) 一層の退潮が懸念される商店街と買い物弱者の将来的な増加
- (4) 小規模事業者が多く、事業者向け業種の集積の厚みに欠ける市内サービス業
- (5) 豊かな自然等の地域資源の活用が不十分

【管内の産業別の状況や本市の強みや弱み（課題）を踏まえた小規模事業者の課題】

「さがみはら産業振興ビジョン2025」で指摘された課題の解決と本市の強みを活かした産業振興策の取り組みをいかに、小規模事業者の経営にプラスにしていくかが一番の課題である。

相模原市における小規模事業者の状況（産業（中分類）別・従業者規模別事業所数）の調査結果や相模原市内事業所数の推移（従業員数の規模別）から、本市の基幹産業である工業や小規模事業所数が減少しており、中小企業の割合が他の政令指定都市と比べて高い本市にとっては、事業承継対策や販路拡大など、他の支援機関と連携しながら、互いの相乗効果を高め小規模事業者の支援を強化していく。

【相模原市の事業者数と経営上の課題】

中小企業庁の統計によると、相模原市の全企業に占める中小企業の割合は、99.9%で、かつ80.3%が中小企業雇用者となっており、首都圏の政令指定都市と比較すると本市が最も中小企業の比率が高く、地域経済や地域の雇用を担う中小企業の割合が大きくなっている。

こうした中、中小企業を取り巻く経営環境は、深刻さを増す人手不足や事業承継問題、人件費や輸送費等の上昇により景況感を実感できない状況が続いている。

従業員規模別に事業所数の推移をみると、小規模事業者（1～19人）において減少傾向である。特に従業員4人以下の事業所では、平成24年の13,458事業所から平成28年では12,468事業所となっており、経営資源が弱い小規模事業者の経営がより厳しさを増している状況が見てとれる。

○相模原市内事業所数の推移（従業員数の規模別）

	平成24年	平成26年	平成28年
相模原市内の事業所数	2 3, 1 2 4	2 3, 5 2 6	2 2, 4 8 0
1～4人	1 3, 4 5 8	1 3, 4 7 2	1 2, 4 6 8
5～9人	4, 4 4 8	4, 5 2 8	4, 4 2 5
10～19人	2, 7 4 4	2, 8 7 8	2, 8 4 6
20～29人	1, 0 6 6	1, 1 2 2	1, 1 6 1
30～49人	6 8 1	7 5 8	8 0 5
50～99人	3 9 7	4 3 5	4 0 5
100～199人	1 6 5	1 5 1	1 6 4
200～299人	5 1	4 4	4 5
300人以上	5 4	5 8	6 0
20人以下の小規模事業者数合計	2 0, 6 5 0	2 0, 8 7 8	1 9, 7 3 9

※出典：経済センサス活動調査（大都市比較統計年表 平成24年・26年・28年）

○相模原商工会議所管内の小規模事業者が直面している経営上の課題

		平成28年4～6月		平成31年1～3月
製造業	1位	仕入単価の上昇	1位	仕入単価の上昇
	2位	従業員が不足	2位	売上不振
	3位	収益率低下	3位	受注単価・販売価格の低下
建設業	1位	従業員が不足	1位	従業員が不足
	2位	受注単価・販売価格低下	2位	公共工事の減少
	3位	公共工事の減少	3位	売上不振・収益率低下・仕入単価上昇
小売業 卸売業	1位	売上不振	1位	売上不振
	2位	個人消費の低迷	2位	個人消費の低迷
	3位	仕入単価の上昇	同2位	仕入単価の上昇
飲食業 サービス業	1位	従業員が不足	1位	売上不振
	2位	売上不振・収益率の低下	2位	収益率低下
	3位	仕入単価の上昇	3位	個人消費の低迷・仕入単価の上昇・ 諸経費の増加・従業員が不足

※出典：当所「景気動向調査結果」引用

小規模事業者が抱える経営課題については、「従業員の不足」を回答する声が多かった。3年後の調査でも人手不足を上げる経営者は多いが、全業種を通じて「売上不振」を最上位の課題としていることが分かる。

上記結果から小規模事業者は、複合的な経営課題の解決を図れないまま、さらなる経営環境の悪化を招いていることが推測される。

こうしたことが、市内の中小企業経営者が、事業承継をする時期になっているにも関わらず、円滑な事業承継が進まないことの一因になっていると考えられる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

相模原商工会議所は、2011年以来、3ヶ年毎に中期行動計画を策定し、中小・小規模企業の支援をその計画の中核に位置付け、地域経済の振興と本市の発展並びに中小・小規模事業者の支援に取り組んできた。10年先を見るとリニア中央新幹線が開業して2年目となり、広域交流拠点の街づくりが本格的に動き出す年度になっていると推測される。将来を見越した大規模な都市基盤整備に時間軸を合わせ、地域唯一の総合経済団体である商工会議所として、「中小・小規模事業者の持続的な成長力の支援」と「リニア開業を見据えた地域づくりと賑わいづくりの創出」を大きな項目として掲げ、広域交流拠点の整備事業による経済波及効果が、管内の小規模事業者にいきわたるよう積極的に取り組む。

②「さがみはら産業振興ビジョン2025」との連動性・整合性

平成28年3月にまとめられた「さがみはら産業振興ビジョン2025」に記載された本市産業の現状把握や分析等を踏まえた対応をとる。

さらに、グローバル化やICTの発展、ロボットや水素エネルギー等成長分野の台頭など、急激に変化する社会経済環境において、競争力を強化し、市内経済の発展につなげるためには、業種の垣根を超えた新ビジネスや新産業の創出が求められる。こうした様々な産業の連携・交流を通して価値や魅力をより高め、効果的に発信することにより、海外市場の獲得や国内外からの産業集積を促すとともに、ビジネスや観光等を目的とした国内外からの訪問客の増加を目指す。

本市が、将来に向けて発展し続けるためには、その基盤となる経済の発展が欠かせない。首都圏南西部の広域交流拠点を目指す本市の50年、100年先を見据え、将来に向けて持続可能な都市経営を実現するため、目指す産業像を「世界に向けて、新たな価値と魅力を創造・発信し、未来を拓くさがみはら」と定めた。

出典：「さがみはら産業振興ビジョン2025」より



③相模原商工会議所としての役割

地域唯一の総合経済団体である相模原商工会議所は、「産業界の活力で新相模原を創出～会員とともに行動、変革、そして未来へ～」を掲げ、時代の変化に対応した産業振興事業や受発注商談会、創業・経営革新等の経営支援、人材採用・育成事業等、中小企業・小規模事業の成長力の支援とリニア開業等を見据えた地域経済の活性化に取り組んできた。

商工会議所は、今後も様々な地域の支援機関のリーダーとしての自覚を持ち、地域経済の活性化と小規模事業者の支援にこれまで以上に取り組む。

次期計画の策定に向けては、外部有識者の助言や提案等を踏まえつつ、PDCAサイクルによる本計画のブラッシュアップを図り、小規模事業者の経営課題を正確に把握し、実践的な経営発達支援計画を策定するとともに、相模原市や関係支援機関との効果的な連携のもと、小規模企業の持続的成長発展を図っていく。

（３）経営発達支援事業の目標

中長期的な産業振興のあり方や「さがみはら産業振興ビジョン 2025」に記載された本市経済の現状と課題、取り組み目的を踏まえ、以下の通り目標を設定する。

相模原市の人口が 2019 年をピークに減少に転じる中、小規模事業者の持続的成長発展のためには、市場の確保と新たな事業展開等が必要となる。そこで、第 2 期の目標として、こうした環境変化に迅速に対応できる経営力の強化及び新たなビジネス機会の開拓支援を行う。また、長期的な課題である事業承継支援にもこれまで以上に注力するなど、多様な経営課題への対応力を高める。

1. 小規模事業者の長所と成長ステージにあわせた伴走型支援の強化
2. 小規模事業者の円滑な事業承継を可能とする支援の強化
3. 相模原市や市内産業支援機関と連携した創業・起業者支援と開業率の向上
4. 新たな需要の開拓に寄与し成長力を強化

（４）目標の達成に向けた方針

相模原商工会議所は、相模原市をはじめ関係支援機関等とこれまで以上に連携を深めながら目標達成に取り組む。

1. 小規模事業者の長所と成長ステージにあわせた伴走型支援の強化

管内小規模事業者の経営課題の解決にむけ、当所経営指導員が保持している個社の経営情報や支援内容の共有とその情報を活用して小規模事業者の経営状況を判断しながら、優先順位をつけて経営課題の解決を確実に図っていく。

2. 小規模事業者の円滑な事業承継を可能とする支援の強化

小規模事業者の事業承継・後継者に関する意識の掘り起こしを進めるとともに、神奈川県事業承継センターや神奈川県後継者バンク、よろず支援センター等との連携により円滑な事業承継を促進する。

3. 相模原市や市内産業支援機関と連携した創業・起業者支援と開業率の向上

意欲ある起業家の掘り起こしとあわせて円滑な創業のスタートを市内産業支援機関や専門家とも連携してこれまで以上に丁寧に支援するとともに、創業後の諸課題の解決を図りながら小規模事業者の持続的発展と開業率の向上を図っていく。

4. 新たな需要の開拓に寄与し成長力を強化

商談会等の場の提供を通じて小規模事業者の販路拡大策の強化を図り、商品力の向上に取り組む。

経営発達支援事業の実施期間（令和2年4月1日～令和7年3月31日）

I 経営発達支援事の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕これまで国が提供するビッグデータの活用については、所内において、事業施策の展開に関し、その根拠となるデータとして活用してきたものの、中小・小規模事業者へ情報提供を行ってこなかった。

また、当所がこれまで行ってきた「景気観測調査」は、2018年度までは、四半期ごとの調査に、異なる500事業所を抽出して実施してきた。しかしながら、相模原市は、他の政令市と比較して、中小企業の構成比率が99.9%と高いことから、2019年度より、調査対象を当所の全会員事業所約4,000事業所を対象に取り組んでいる。

〔課題〕これまで実施してきた「景気観測調査」のアンケート回収率向上を目指し、本調査の精度向上に努める。

また、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、改善した上で実施する。

将来的には、当所の景気観測調査と、国のビッグデータ等を活用した専門的な分析をもって検証し、これまで出来ていなかった相模原市内の景気実態と未来予測を公表できる体制づくりを検討していきたい。

（２）事業内容

① 国が提供するビッグデータの活用

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RE S A S」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、公表する。

【調査対象】相模原市内地域

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→ 何で稼いでいるか等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to 分析」→ 人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→ 産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

（具体的なデータ分析内容例）

- * 地域内の産業別修正特化係数（生産額ベース）を全国平均との比較により「地域の中で得意な産業は何か」を分析する。
- * 産業別付加価値額により「地域で所得（付加価値）を稼いでいる産業は何か」を分析する。
- * 産業別純移輸出額により「域外から所得を獲得している産業は何か」を分析する。
- * 従業者1人当たり付加価値額（労働生産性）により「地域の産業の稼ぐ力」を分析する。

【調査手法】RE S A Sを活用した地域の経済動向分析

【分析手法】経営指導員等が分析を行うが、必要に応じて外部専門家とも協議検討する。

② 当所が実施する景気観測調査(既存事業改善)

相模原市は、他の政令市と比較して、中小企業の構成比率が99.9%と高いとの特徴があることから、2019年度より、調査対象を当所の全会員事業所約4,000事業所を対象に取り組んでいる。管内中小・小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

【調査対象】管内中小・小規模事業者 約4,000社

【調査項目】景況感（売上額、採算、仕入単価、販売単価、従業員、資金繰り、総合判断の7項目について「前年同期との比較」と「次期の予測」で回答）、今期の経営課題（選択式）、その他任意項目（例：軽減税率、キャッシュレス、雇用情勢、海外動向の影響等）

【調査手法】調査票を郵送し返信用封筒またはファックスで回収する

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

(3) 成果の活用

- ・ 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・ 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。等
- ・ プレスリリースを行い、新聞記事掲載につなげる。

(4) 目標

	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
①公表回数	－	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②公表回数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]主にマルケイ融資、小規模事業者持続化補助金等に関する事業利用者、経営の相談時に経営状況の分析を行っている。

[課題]これまで実施しているものの、各担当者がそれぞれ個人の知識と経験による分析となっており、分析の項目等もバラバラであることから、統一的な分析方法を導入し、担当者によるムラをなくしていく必要があるので、クラウド型経営支援ソフトを用いて共通の項目にて分析を行っていく。

(2) 事業内容

①小規模事業者からの相談時（マルケイ融資、小規模事業者持続化補助金等補助金申請、経営革新計画申請等）に分析を行っていく。また、経営分析の結果、事業承継に取り組む必要があると判断した場合は、その内容に応じて、当所専門家相談、事業承継ネットワーク、事業引継ぎ支援センターの利用を勧奨するほか、事業承継補助金が利用できる場合の申請支援を行う。（事業承継専門相談、専門機関勧奨、事業承継補助金申請支援数の合計年間15件目標）

②経営分析の内容

【対象者】マルケイ融資の利用者、小規模事業者持続化補助金及び神奈川県小規模事業者支援推進事業費補助金等補助金申請希望者、経営革新計画等公的計画認定支援依頼者等

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。特にSWOT分析では、戦略策定の基礎となる自社の強み（S）と機会（O）について掘り下げていく。

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】経営支援ソフトBIZミルを活用して、経営指導員5人、支援担当職員2名（支援担当職員は経営指導員の半分程度の分担）が分析を行う。

③掘り起こしのための事業

上記①について、経営分析対象者の掘り起こしのために以下のセミナーを行う。

ア. 「補助金等獲得支援セミナー」の開催

概要：小規模事業者持続化補助金等の事業計画策定を要件とした補助金獲得を目指した策定のポイントについて解説し、専門家による支援サービスの利用を併せた事業とする。

募集方法：チラシ配布、メルマガ配信、ホームページ掲載、FAX同報等

回数：2回

カリキュラム：制度の説明、補助金の書式に従った経営状況の分析や計画の立て方のポイントなど、これを契機に自社の現状を見つめなおし、販路開拓等新たな取組を行うためのきっかけとしてもらう内容にする。

目標参加者数：各30名

イ. 「公的計画認定支援セミナー」の開催

概要：経営革新計画、経営力向上計画といった公的な事業計画の制度、認定のメリット、経営状況の分析、策定のポイントについて解説するセミナーを開催する。

募集方法：チラシ配布、メルマガ配信、ホームページ掲載、FAX同報等

回数：1回

カリキュラム：各認定制度の概要、認定によるメリット、経営状況の分析、策定のポイントについて説明する。

目標参加者数：20名

(3) 成果の活用

- ・分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定、今後の経営改善のアドバイス等に活用する。
- ・分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用するほか、行政への報告に使用する。

(4) 目標

	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
経営分析企業数	1 5 0 社	1 6 0 社	1 6 0 社	1 6 5 社	1 6 5 社	1 7 0 社

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]事業計画策定支援は、マルケイ融資利用、小規模事業者持続化補助金等補助金申請、伴走型補助金利用による事業計画策定支援事業、経営革新等の公的計画認定支援にて行っている。

[課題]これまで実施しているものの、小規模事業者は多忙なため、補助金獲得などのメリットが無いと自主的に策定に取り組まないという現状がある。したがってメリットを伴う事業の利用者を拡大するとともに、補助金獲得などを目的としない事業者であっても、策定することで売上向上、粗利益率向上といった経営改善に役立つことをセミナーなどで啓発していき、策定数の向上を図っていく。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、経営分析の結果を示しながら事業計画策定の意義や重要性を述べても、実質的な行動に結びつかない現状があるため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、3. で経営分析を行った事業者の6割程度／年の事業計画策定を目指す。併せて、小規模事業者持続化等補助金等の申請を契機として事業計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定して策定につなげていく。また、創業を目指す方向けに相模原市の「特定創業支援等事業」として、受講のメリットを打ち出してセミナーを開催し、創業計画策定を支援していく。

(3) 事業内容

- ・掘り起こしのための事業

①「事業計画策定セミナー」の開催

概要：経営分析を行った小規模事業者を対象としたセミナーとして、メリットの強調、書式の提供、専門家による支援サービスの利用を併せた事業とする。

募集方法：チラシ配布、メルマガ配信、ホームページ掲載、FAX同報等

回数：2回

カリキュラム：書式の提供や自社の現状整理につながる等メリットの強調をするなど、知識のない事業者でも策定に向けて一歩を踏み出せるような内容にする。

目標参加者数：各15名

②「創業支援セミナー」の開催

概要：主に、市内で創業を志す創業希望者を対象として、創業全般の基礎知識（経営、財務、人材育成、販路開拓等）の習得とビジネスプランの作成支援を目的として、創業支援実績の豊富な専門家による講義を実施する。

募集方法：チラシ配布、メルマガ配信、ホームページ掲載、FAX同報等

回数：1回

カリキュラム：経営、財務、人材育成、販路開拓の知識に関すること

目標参加者数：35名

③「女性起業家創業セミナー」の開催

概要：就業経験が少なく、ビジネスにおける経験や知識が不足している女性の起業希望者や創業後おおむね3年以内の経営者に、経営、財務、人材育成、販路開拓の知識について学ぶ。

なお、講師は女性のコンサルタントを予定。

募集方法：チラシ配布、メルマガ配信、ホームページ掲載、FAX同報等

回数：1回

カリキュラム：経営、財務、人材育成、販路開拓の知識に関すること

目標参加者数：25名

・策定支援事業

【支援対象】経営分析を行った事業者及び掘り起こし事業を利用した事業者を対象とする。

【手段・手法】各セミナーの参加者、分析を行った事業者に対して、策定を呼びかけるが、希望者には専門家を利用しての策定支援を行う旨を紹介し、具体的に策定に向けて一歩を踏み出してもらう。その際は経営指導員等が担当制で張り付き、計画の策定につなげていく。担当は経営指導員5人、支援担当職員2名で行う。（支援担当職員は経営指導員の半分程度の分担）

（４）目標

	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
事業計画策定数	8 4 社	9 2 社	9 2 社	9 7 社	9 7 社	1 0 2 社
創業計画策定数	1 2 者	1 3 者	1 3 者	1 4 者	1 4 者	1 4 者

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕フォローアップは各事業者の状況ごとに必要の度合いが異なるが、計画策定後の状況把握は事業者側からの連絡が主であり、職員主導では行えていない状況である。特に専門家と同席しての相談を行った際にはそれで完結としており、以後の状況を把握していない。

〔課題〕相談内容も含めた事業者の状況によってはフォローアップしたりしなかったりとマチマチで、訪問回数も少ないため、支援後は様子見を兼ねて必ずフォローアップを行い、その状況によって以後のフォローアップを設定していく。

（２）支援に対する考え方

フォローアップの対象者には事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障がない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 事業内容

当所が事業計画を支援して策定した事業者全て（創業計画を策定して創業した事業者を含む）をフォローアップの対象とする。フォローアップ対象の事業者には、年間2回のフォローアップを行う。初回は計画策定から3か月以内に経営指導員等が訪問して進捗を確認するが、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。その後のフォローアップについては、事業者の進捗の状況に応じて濃淡をつける。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、外部専門家など第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。担当は経営指導員5人、支援担当職員2名で行う。（支援担当職員は経営指導員の半分程度の分担）

また、女性起業家フォローアップセミナー&交流会を開催し、当所が支援して創業した女性起業家に対するフォローアップの機会を設ける。

セミナー概要：過去に当所が計画策定を支援した女性起業家を対象としたセミナーとして、計画実現のための売上向上、粗利益向上等を目的としたセミナーを開催する。また、創業後の現状やこれからの方針について情報交換をする場を設け、参加者相互の情報交換と併せて経営指導員等が状況把握やアドバイスができるようにする。

募集方法：対象者にチラシ配布、メルマガ配信、ホームページ掲載、FAX同報 等

回数：4回

カリキュラム：女性起業家の売上向上策、粗利益向上策等について、小規模事業者でも手を付けることができるような易しい内容にする。なお、講師は女性を予定。

目標参加者数：各20名

(3) 目標

	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
フォローアップ対象事業者数	84社	92社	92社	97社	97社	102社
頻度（延回数）	128回	184回	184回	194回	194回	204回
売上増加事業者数	—	27社	27社	28社	28社	30社
粗利益率2%以上増加の事業者数	—	5社	5社	5社	5社	6社

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕主に当所主催の商談会参加バイヤーへのアンケートを実施し、サプライヤーに情報提供をしている。

〔課題〕需要動向を見据えた商品、サービス展開を行っている小規模事業者は多くはない。

各種商談会でのアンケート調査の実施等の支援により、需要動向を把握し、自社の商品、サービスに反映させるというマーケットインの考え方の浸透を図ることが重要であり、新たな需要の開拓に繋げていく。

(2) 事業内容

①伴走型小規模事業者支援推進事業にて出展料支援を行っている「やまなし食のマッチングフェア」において、出展事業者商材の試食およびアンケートを実施する。調査結果を分析しフィードバックすることで、既存商品改良、新商品開発等の一助とする。

【サンプル数】来場者30人×2社

【対象とする商品・サービス】肉・水産・農産加工品、米穀・大豆加工品、調味料、菓子類、酒類等

【調査手段・手法】商品の試飲や試食後に聞き取り等の方法によりアンケートを実施する。

【分析手段・手法】経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】①味、②価格、③色、④見た目、⑤パッケージ⑥大きさ等

【分析結果の活用】経営指導員等が当該事業者直接向けフィードバックすることで、既存商品改良や新商品開発等の一助とする。

②当所主催にて市内の金融機関と連携して開催している「食を中心としたビジネスマッチング商談会」において、参加バイヤーに対し、希望する商材等の調査を実施し、サプライヤーに情報提供する。

【サンプル数】参加バイヤー10社

【対象とする商品・サービス】肉・水産・農産加工品、米穀・大豆加工品、調味料、菓子類、酒類等

【調査手段・手法】商談会に参加するバイヤーに求めている商材についてアンケート形式の調査を行う。

【分析手段・手法】調査結果は経営指導員等が集計し、各サプライヤーに情報提供を行う。

【調査項目】①取引条件の重視項目②特に探しているターゲット

③サプライヤーの課題(FCPシート作成力、商談会当日の商談力、商談会後の営業力等)

【分析結果の活用】経営指導員等がサプライヤーにフィードバックすることで、既存商品改良や新商品開発等の一助とする。

(3) 目標

	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①調査対象事業者数	2社	2社	2社	2社	2社	2社
②調査対象事業者数(バイヤー)	10社	10社	10社	10社	10社	10社

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]当商工会議所としては、小規模事業者自らが新たな取引先を開拓することは困難であることから、市内の金融機関と連携し、5年前より商工会議所主催の商談会を継続的に実施してきた。また、他機関が主催するマッチングフェア、近隣の商工会議所との連携により小規模事業者の販路拡大を図ってきた。

[課題]しかしながら、成約数の向上や新商品開発や商品改良等の支援、営業展開方法の改善提案など、売り上げに結びつく、きめ細かな指導が欠けていた。今後は、こうした点を重点的に工夫して対応していく。

(2) 事業内容

①金融機関と連携したビジネス商談会の実施（B to B）

（事業名称：フードビジネスマッチング事業）

「食品製造業者（小規模事業者）が参加する商談会事業での販路開拓等を重点的に支援」

これまで実施した5回の商談会における参加者アンケート調査結果から、小規模事業者にとって大手バイヤーとの取引が、小規模事業者ゆえの経営課題である生産体制等の関係で難しいこと、また、自社商品のプレゼン方法等に課題があることがうかがえた。

そこで、バイヤーについては、連携金融機関との事前調整をより密にすることで、小規模事業者の特徴を踏まえた柔軟な商品採用（一部店舗のみ展開、催事出展等）が可能なバイヤー選定を強化する。また、商談の事前・事後におけるニーズやシーズの把握、商談会の成約率をあげるためにも重要な自社商品のプレゼンについては、FCPシートを使い専門の講師によるセミナーを開催し、プレゼン能力の向上をはかっていく。こうした取り組みを通じて、商談成約率の向上を図り、市内近郊の関東圏内への商圏拡大を実現する。

今後は、小規模事業者の生産量等にマッチした中堅クラスのバイヤーの確保を図るとともに、小規模事業者持続化補助金や当所専門相談等を活用し、サプライヤーである小規模事業者の製造販売する商品のパッケージデザインの見直しや商品そのものの味の向上などの指導に取り組み、小規模事業者の商品力の向上と新規販売先の確保を支援していく。

結果的に商談成立にならなかった小規模事業者に対しては、その理由をバイヤーに確認し、小規模事業者にフィードバックし、次の商談会へ向けて、商品の見直し等、経営改善に結びつけていく。

【事業概要】

当商工会議所と市内を中心とする約20金融機関と連携し取引先等のネットワークを活用することで、バイヤーとサプライヤーの新たな販路開拓の機会を提供する。

商談品目は、地域色があり独自性のある商品のニーズが高まっている「食」を中心として開催する。バイヤー選定に際しては、商品供給量に課題を抱える規模事業者も少なくないため、大手百貨店、スーパー、ホテル等だけでなく、特定店舗での柔軟な商品展開や催事等での特定日出展を求めるバイヤーも選出する。また、サプライヤーに対しては、エントリー時に農林水産省監修のFCPシートの提出義務、参加バイヤーのニーズ提供、商談会開催日前に商談の心構え等をテーマとする商談会事前準備セミナーを開催することで、商談成約率向上に繋げる。商談会当日においては、バイヤーに各商談の商材に係わるアンケートを実施し、サプライヤーにフィードバックを行うことで、今後の営業展開や商品改良、新たな商品開発の一助とする。

主催：相模原商工会議所

協力：市内約20の金融機関

開催時期：毎年度11月末

会場：相模原市立産業会館

メリット：小規模事業者が単独では商談することが難しいバイヤーと対面で商談できること

エントリー数：バイヤー10社／サプライヤー50社

参加者数：バイヤー10社／サプライヤー40社

支援対象：食料品を扱う小規模事業者（サプライヤー）

【事業プロセスと経営指導員等の役割】

	プロセス	当所担当課経営指導員等の業務
1	経営指導員等による商談会の企画・実施情報の収集・確認	需要動向調査やバイヤーの意見や提案を反映した企画素案作成
2	該当事業者の洗い出し 需要動向と商談会情報の提供	既存参加者（バイヤー・サプライヤー）への参加希望状況の確認、新規該当事業者の発掘を巡回・相談等に対象者リストの作成
3	参加希望者と経営指導員等による商談会の準備	バイヤーのニーズと商談条件の確認 サプライヤーに対しては、商談成約率アップセミナーの開催
4	商談会への経営指導員等の同席／商談会結果の確認	バイヤーに対して、商談が成立・不成立に係わらず、本事業の改善点や長所等について確認
5	経営指導員等による商談成約件数獲得のためのフォローアップ支援	サプライヤーに対してバイヤーとの商談後、成約に向けた課題解消のための専門相談等で支援

②やまなし食のマッチングフェア

「首都圏での新規販路開拓を重点とした支援の実施」

このマッチングは、銀行主催でしかも都内（新宿）のホテルで開催され、首都圏バイヤーが多く参加することから、主に首都圏での販路開拓を目的としている。

市内でとれた地場の材料（産品）を商品化し販売している小規模事業者のブランディングを支援し、経営分析から販売計画策定、マーケティング、販路拡大までを一括してサポートしていく。

また、継続的な支援をさらに強化するため、小規模事業者持続化補助金の活用や拡販に結びつくホームページ作り方、地場産品の特徴を生かしたチラシ等印刷物の企画方法・配布先、地元タウン誌等へ掲載されるための記事の書き方等について支援していく。

都内での展示会に不慣れな小規模事業者に対し、出店に関する事務手続きやマッチングフェアでのバイヤーへの訴求方法などについて事前に説明し、小規模事業者が安心して出展しやすい環境を整える。

【事業概要】

「やまなし食のマッチングフェア」は、山梨県、東京都、神奈川県の各地域で愛される食材、産地と製法にこだわった農産物などを取り扱う事業者が、首都圏を中心とした食のバイヤーと行う展示商談会。商工会議所単独で集客力のあるしかも利便性が高い都心で開催することが資金面、人員面で困難なため、山梨中央銀行が主催する本フェアに出展させていただき販路拡大を図る。経営指導員等は、本フェアの実施結果やプレゼン方法等について指導を行うほか、ポップ等販促物の作成についても支援する。なお、需要動向調査として、ブースにて試食アンケートを行う。

主催：(株)山梨中央銀行

後援：相模原商工会議所他

開催時期：毎年度7月中旬

会場：京王プラザホテル新宿

来場者数：約1,100名（昨年度の実績）

商談件数：約2,200件（昨年度の実績）

出展者数：70社

支援対象：食料品を扱う小規模事業者（サプライヤー）

③八王子メッセ「街道市」(B to C)

「顧客ターゲットにあわせた販促方法等に重点をおいた販路拡大の支援」

小規模事業者が扱う商品の新鮮や味の良さを、多くの市民にPRし新規顧客の獲得と売り上げの確保を図るもの。八王子商工会議所との連携により八王子市の中心市街地で開催するこのイベントに参加しており、販売している商品の消費者の評価も高い。また、毎年出展していることで、顔なじみになりお店の新たなファンづくりにもつながっている。

顧客ターゲットは、来場する主な客層である40代以上から70代の方。消費者と小規模事業者の年齢が近いこともあり、そのことが購買動機になっている。

今後は、さらなる販売実績をつくるため、付加価値の付け方、売れ筋商品や利益が取れる商品、お店の認知いただくための商品など、客層に合わせた売り方の支援等についても支援を行っていく。

【事業概要】

本イベントは、2001年に「甲州街道宿駅制度制定400周年」の記念事業として開催された。以来、街道市は甲州街道沿線地域の更なる連携と交流を推進するため、各地の名産品・特産品の販売、観光PRの場として開催されている。

八王子商工会議所と連携をとり出店枠を確保し、販路拡大につなげる。出店する小規模企業の業種と来場する客層がマッチするよう対象業種を選定している。出展にあたっては、経営指導員等が来場者数や出店場所、販促方法を指導し開催期間中の売り上げ確保策を説明し、イベント開催後の個店への誘導や固定客化へアプローチ方法等について、丁寧な支援を行う。

主催：八王子市、八王子商工会議所

開催時期：毎年度10月中旬

会場：JR八王子駅北口 西放射線ユーロード（八王子駅周辺の中心商店街エリア）

来場者数：約15万人（昨年度の実績）

出展者数：約400店

支援対象：食料品を扱う小規模事業者（サプライヤー）

(3) 目標

①金融機関と連携したビジネス商談会（フードビジネス商談会）(BtoB)

	現行	R 2年度	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度
支援事業者数	33件	35件	35件	35件	35件	35件
商談数	86件	90件	90件	90件	90件	90件
成約件数	6件	8件	9件	10件	11件	12件

②やまなし食のマッチングフェア (BtoB)

	現行	R 2年度	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度
出展事業者数	1社	2社	2社	2社	2社	2社
商談数	3件	8件	8件	8件	8件	8件
成約件数	0件	1件	1件	1件	1件	1件

③八王子メッセ「街道市」(BtoC)

	現行	R 2年度	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度
出展事業者数	1社	2社	2社	2社	2社	2社
売上高（合計）	150千円	300千円	300千円	300千円	300千円	300千円

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

[現状]冒頭の相模原市人口の推移でも記載したように、2019年が本市人口のピークとなることが推測され、今後は人口減少の局面に入る。こうした中、本市が選ばれる都市になるには、「訪れてみたい」、「住んでみたい」、「買い物に行きたい」、「遊びに行きた」、「市内に会社を移したい」等と思われるような仕掛けが必要である。

また、ロボット業界は、主に生産性向上を目的に工場などで導入される産業用ロボット分野と介護施設などで現場スタッフの負担軽減や医療、災害などで活用しているサービスロボット分野に分類される。昨今では、コミュニケーション（会話）やエンターテインメント（ペット）などのロボットも登場しており、私たちの生活にも浸透し始めている。そのような中で、2035年に向けたロボット産業市場の将来予測では、サービスロボットと産業用ロボットと合計で7.7兆円の市場予測が出されている。また、相模原市の人口は2019年をピークに人口減少が推計されており、企業の維持強化のためのロボット導入が益々重要とされる。

[課題]このような現状において、新たな交流や産業が生まれ、新たな顧客となり、そして来街頻度が上がり、この街のファンにしていくためには、地域の価値を見直し、既存の魅力を磨き上げていくことにより、また重層的に産業の活性化事業が展開されることで、地域ブランディングの構築と本市のシティセールスにとって継続的な経済効果が期待できる。このように本市を売り出すストーリーを描き、地域経済の活性化につなげていきたい。

また、地域小規模事業者においてロボット市場に参入していくには、新製品の開発や市場の開拓など解決しなければならない課題がある。

(2) 事業内容

①「潤水都市さがみはらフェスタ」の開催にかかる会議(年30回)

相模原市最大のシティセールスイベントである「潤水都市さがみはらフェスタ」を、現在の実行委員会である、相模原市、相模原商工会議所青年部、商店街等の関係団体と定期的な連携会議を開催し、本事業の目的であるシティ・セールスと賑わいの創出を図る。

また、相模原市が持つ様々な魅力を市内・市外に発信し、本市のイメージ向上と来街機会の促進を図るとともに、イベント開催後も本事業のシティ・セールスの効果が継続するよう相模原市シティ・セールス課や広報広聴課とも連携して積極的な情報発信に取り組む。

【連携機関】

相模原商工会議所（青年部）、相模原市、相模原市議会、（公社）相模原青年会議所、（一社）相模原市商店連合会、（公財）相模原市民文化財団、（公財）相模原市産業振興財団、4商工会（城山商工会、津久井商工会、相模湖商工会、藤野商工会）、相模原市観光協会、大道舎

②相模大野地区中心市街地活性化事業による商店街の賑わい創出事業

本市の南の玄関口である相模大野地区の集客力向上、来街機会の促進、交流人口の増加等による地域経済の活性化が目的。この目的を達成するために、すでにイベントごとに組織された実行委員会、相模原市、商店街、大型店等の関係者と、これまで通り定期的な会議を重ね、個性と魅力あふれるまちづくりに引き続き取り組み、商圏の拡大を図る。

また、イベントをきっかけにした個店への来客機会の確保につなげるため、商工会議所としては、毎月開催される商店会連合会との会議を通して、交流人口の増加策や販促企画内容をブラッシュアップし、新たなお客様の創出に向け商店街・大型店と共同して、街全体で取り組む。

【実施イベント】

「相模大野もんじえ祭り」（年10回）

「相模大野アートクラフト 春の市・秋の市」（年6回）

「相模大野ハロウィンフェスティバル」（年8回）

【連携機関】

相模原商工会議所、相模原市南区役所、相模大野駅周辺商店街連合会、各イベントの実行委員会

③「橋本まちゼミ」の開催支援（年11回）

JR 2 路線（横浜線、相模線）と京王相模原線の結節点であり、2027年にはリニア中央新幹線の新駅設置が予定されている橋本駅周辺地区。広域交通網が完成することで、神奈川県北のゲートとして大きく発展することが期待されている。

こうした開発に伴い商店街を取り巻く環境も大きく変貌することが予想される。橋本地区へは、新規に出店する店舗が増加傾向にあり、空き店舗の発生率は少ない。ここ数年、商店街にある老舗店舗のリニューアルや消費者の需要にマッチした新たな店舗の開店が、開店し街に活気を与えている。

相模原商工会議所では、さらに個性ある店舗の増加とお客様とのコミュニケーションの機会を確保し、個店のファンづくりのため商店街と共同し、「橋本まちゼミ」の事業を積極的に支援する。

実施回数も 9 回目となり、参加するお客様も徐々に増えてきている。また、それに伴い参加する店舗の業種も多岐にわたるようになり、相互理解が進んできた。

今後は消費購買力の市外流失の防止のためにも、「橋本まちゼミ」事業の地域の参加者を増やす取り組みを検討していく。

【連携機関】

相模原商工会議所、相模原市緑区役所、橋本商店街協同組合
まちゼミ開催：年1回

④「ロボット産業活性化」

- ・さがみはらロボットビジネス協議会の開催（年2回）

相模原地域の産学官金が連携し、ロボットビジネスに関わる地域中小企業の技術開発力の強化と市場の拡大、並びにイノベーション創出などを通じ、地域経済の振興と将来の産業を担う人材の育成を目的とする。ロボットビジネス推進のための地域プラットフォームとして、ロボット関連技術の高度化やロボット産業の活性化に積極的な企業団体、大学・研究機関、金融機関及び行政機関により構成。

【連携機関】

相模原商工会議所、相模原市、さがみロボット産業特区推進センター、ロボット導入支援センター、青山学院大学、（株）さがみはら産業創造センター

- ・生活支援ロボットの実用化に向けた実証実験（年6回）

人手不足や過重労働が課題となっている介護福祉施設等において、現場スタッフの負担軽減や作業効率の向上、人件費コストの削減及びQOL（クオリティオブライフ）の向上を図ることを目的に、社会実装の可能性を模索する。

【連携機関】

相模原商工会議所、相模原市、さがみはらIT協同組合
実証期間：通年

- ・ロボット関連産業に取り組む中小企業の技術力発信事業（年6回）

企業の技術力の発信や市内ロボット関連事業のPRを行うことを目的に、国際見本市（国際ロボット展等）へ出展する。

【連携機関】

相模原市、相模原商工会議所、さがみはらロボットビジネス協議会、（株）さがみはら産業創造センター他

- ・ロボット関連人材創出事業（さがみはらロボットガーデン）（年10回）

世の中では、産業用ロボットにかかわらず、生活支援やコミュニケーションロボット、更にはエンターテインメントロボット（ペットロボット）が既に普及し始めている。

本事業では、市内小学生等を対象に将来のロボット人材の創出や育成を目的にロボットプログラミング教室やドローンの操作体験を実施し、早期の段階でロボット産業への受容性向上や醸成を図る。

【連携機関】

相模原商工会議所、相模原市、（株）ジャパンロボティクス、（株）三矢研究所
実施期間：随時

- ・産学官連携ロボット人材確保事業（年5回）

ロボット導入に取り組む企業についても、人材不足は深刻な問題であり雇用環境は厳しい状況である。そこで、本事業にてロボットエンジニアリング人材（Sler）の採用支援をすることを目的に、就職フェアの出展やWebサイトの開設を行い、ロボットエンジニアリング人材(Sler)の労働力確保を支援する。

【連携機関】

相模原商工会議所、相模原市、(株)さがみはら産業創造センター
実施期間：通年

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

（１）現状と課題

[現状]各支援機関との連携は、共通する支援事業の実施について、内容や日程等が重ならないよう定期的に情報交換会議を実施している。また、市が主催する支援機関合同会議等に出席し支援ノウハウ等の情報交換も行っている。

[課題]各支援機関の事業は、必ずしも小規模事業者のみを対象としておらず、合理的・効果的なものとは言えない。そこで、現状も実施している当所主催の支援機関合同会議で、小規模事業者支援・創業支援をメインに情報交換会議を継続実施する。また、市主催の会議等においては、各支援機関の持っている強みや経営資源を相互に理解し、その上で連携を深め、支援ノウハウの共有を図る。

（２）事業内容

①創業支援担当者会議兼小規模企業支援会議の開催（年１２回）

相模原市、相模原商工会議所、公益財団法人相模原市産業振興財団、株式会社さがみはら産業創造センター、日本政策金融公庫、(株)横浜銀行、(株)きらぼし銀行、平塚信用金庫が参加。

相模原市の最新の経済動向を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

当所では、事業計画の策定件数の増加と、支援能力の向上を図るため、担当経営指導員が会議での内容を月1回開かれる課内会議で職員に情報共有していく。

②相模原市産業支援機関合同会議への出席（年４回）

相模原市、相模原商工会議所、城山商工会、津久井商工会、相模湖商工会、藤野商工会、ハローワーク相模原、日本政策金融公庫、神奈川県信用保証協会、市内６工業団地（相模原機機械、峡の原工業団地、清水原工業団地、テクノ相模協同組合、グリーンピア田名協議会、協同組合S i a 神奈川）公益財団法人相模原市産業振興財団、株式会社さがみはら産業創造センターの関係者が参画する「相模原市産業支援機関合同会議」に出席し、相模原市の最新の経済動向を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

当会では、特に６工業団地で困っていることなどの情報収集を行い、主に法定経営指導員を本会議に参加させ、各支援機関と連携を図りながら小規模事業者を支援していく。

③支援機関担当者会議への出席（年１２回）

相模原市、相模原商工会議所、公益財団法人相模原市産業振興財団、株式会社産業創造センター、神奈川県立産業技術総合研究所が連携し、毎月１回第１火曜日に「支援担当者会議」に出席し、工業を中心とした各支援機関との情報交換と工業技術支援の最新情報等を入手する。

当所としては、工業関連事業を担当している経営指導員等が出席し、各支援機関の事業情報交換・共有を行うとともに相互紹介・支援連携につなげる。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状]経営指導員等の職員資質向上のために、各種機関が主催する研修（日本商工会議所、中小企業基盤整備機構、県商工会議所連合会等）を活用し、支援スキル等の習得を図っている。また、当所では、専門家による支援能力強化の勉強会を年6回開催、毎月2回課内会議で各事業の実施における支援状況等の情報交換・勉強会を実施している。

その他として、各支援機関との会議に出席した職員の復命書及び会議資料を、経営指導員等に回覧し、情報の周知と活用を図っている。この一連の資質向上策は、知識の習得を重視し、支援能力の向上が図れていない。

[課題]伴走型支援に必要な経営指導員等の資質とは、経営状況を分析し、会社の継続性を確保するための経営問題を掌握し、そこから経営課題を抽出して解決策を講じなければならない。

また、解決策を実践する中で、正しい方向に導くため解決策の修正・追加をしていく流れで経営支援をすることが伴走型支援に求められているが、そこまでの資質向上が図られていない。そこで、現状の一般的経営知識の取得を行いながら、今後は、情報収集力を身につけ、収集された情報から経営課題を抽出する問題分析力を行えるよう改善していく。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、神奈川県商工会議所連合会が主催する「経営指導員研修」及び日本商工会議所が主催する様々な経営支援能力向上に役立つセミナーに対し、積極的に経営指導員等を派遣する。

当所では、専門家との勉強会を2か月に1回開催し、各経営指導員の支援事例を全員で協議し、専門家や経営指導員の意見を聞き、指導力・支援ノウハウの向上を図る。また、一般職員・支援担当職員には、当所主催の経営セミナー等に積極的参加させて、会議所全体のスキルアップも図る。

②O J T制度の積極的活用

神奈川県商工会議所連合会が実施している「小規模事業者経営力向上支援事業（スーパーバイザー事業）」を活用し、小規模事業者への経営支援に関する高い知識と支援経験の豊富なスーパーバイザーと経営指導員がタッグ組み、現地指導型O J Tを積極的に活用し、経営指導員等の支援力向上を図る。

③職員（経営指導員等及び一般職員）間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員等が順番で講師を務め、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回、年間12回）を開催し、経営指導員及び支援担当職員だけでなく、一般職員も含めて意見交換を行うことで支援能力の向上を図る。

④経営支援基幹システムB I Zミルの活用

経営指導員等が経営相談における支援内容や支援結果を経営支援基幹システムB I Zミルにデータを適宜入力することで、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようになり、個人に依存しない支援の標準化が図れ、経営発達支援事業の円滑な実施に向けた組織内での支援能力向上および支援ノウハウを組織内で共有する体制の構築できる。

11. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状] 毎年度、本計画の事業の実施結果・成果について各担当課で評価・検証し、次年度予算（案）の作成にあたり、事業評価・見直しを行っている。また、中小企業診断士などの外部有識者による評価委員会を設置し、本事業の実施状況、成果について評価見直し案を提示して頂き、次年度以降の計画方針を策定している。

[課題] 評価委員会での事業評価・成果及び見直し案について、次年度以降の事業に対して各担当職員全員が見直しを図るというPDCAサイクルを活用した事業計画となっていない。

(2) 事業内容

- ・ 今までの評価委員会が機能しているため、引き続き「評価委員会」を設置する。評価委員会のメンバーは、相模原市産業政策課職員、神奈川県中小企業支援課職員、日本政策金融公庫厚木支店職員、法定経営指導員のほか、外部有識者として中小企業診断士2名で構成する。評価委員会は、毎年度1回以上開催し、経営発達支援事業の進捗状況、評価・検証等を行い、今後の支援事業実施において改善等を図る。
- ・ 当評価委員会の評価結果は、当所役員に報告し、経営発達支援計画で実施する各事業の成果・評価・見直し結果を取りまとめ概要版を作成し、ホームページで公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

経営発達支援事業の実施体制

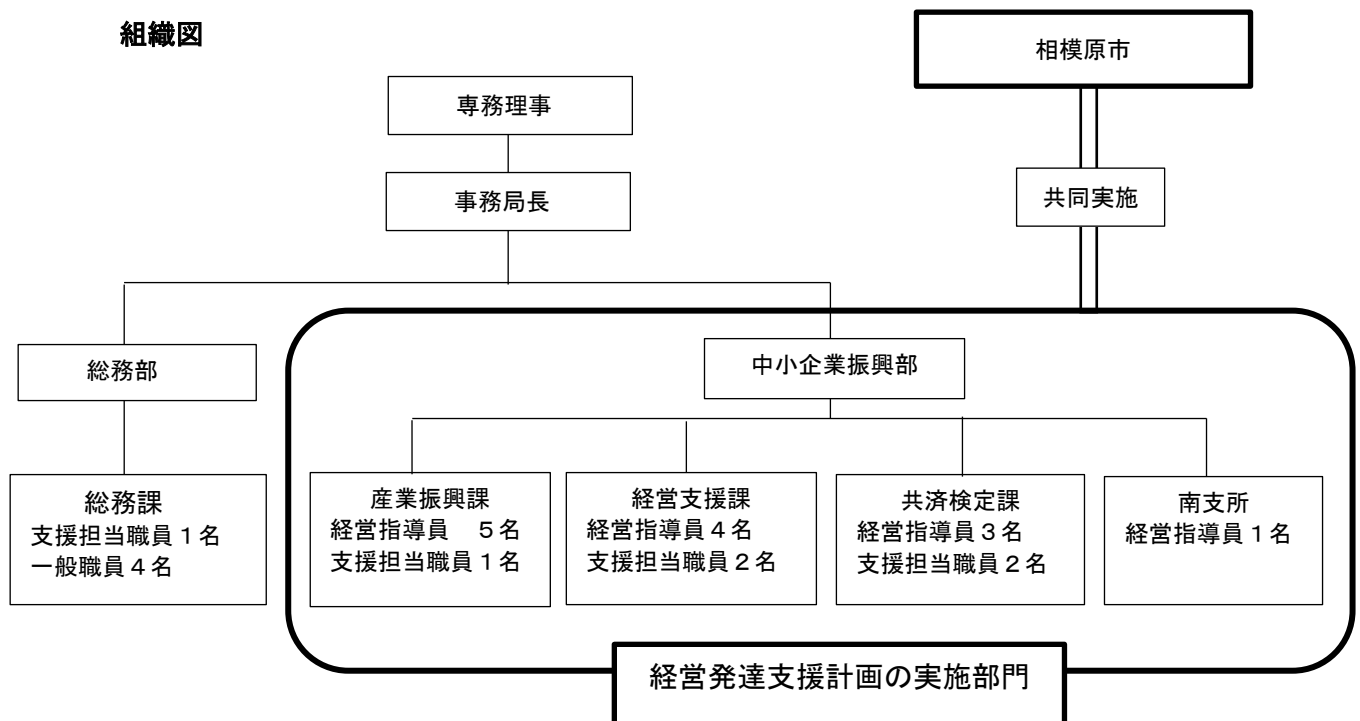
(令和元年10月現在)

(1) 実施体制

中小企業振興部の職員（経営指導員13名、支援担当職員5名）が、経営発達支援事業を実施する。実施体制は次のとおり。

- ・地域の経済動向調査：共済検定課
- ・経営状況の分析：経営支援課、南支所
- ・事業計画策定支援：経営支援課、南支所
- ・事業計画策定後の実施支援：経営支援課、南支所
- ・需要動向調査：経営支援課、共済検定課
- ・新たな需要の開拓に寄与する事業：経営支援課、共済検定課
- ・地域経済の活性化に資する取組：産業振興課、経営支援課、南支所
- ・他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換：産業振興課、経営支援課
- ・経営指導員等の資質向上等：産業振興課、経営支援課、共済検定課、南支所

組織図



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：加藤秀継

連絡先：相模原商工会議所 経営支援課 TEL042-753-8135

②当該経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会議所

〒252-0239

神奈川県相模原市中央区中央3丁目12番3号

相模原商工会議所 経営支援課

TEL : 042-753-8135 / FAX : 042-753-7637

E-mail : keieisien@sagamihara-cci.or.jp

②関係市町村

〒252-5277

神奈川県相模原市中央区中央2丁目11番15号

相模原市 環境経済局 経済部 産業政策課

TEL : 042-769-8237 / FAX : 042-754-1064

E-mail : sangyouseisaku@city.sagamihara.kanagawa.jp

(別表3) 経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
地域の経済動向調査	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800
経営状況の分析	1,450	1,450	1,450	1,450	1,450
事業計画策定支援	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700
事業計画策定後の実施支援	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
新たな需要開拓	400	400	400	400	400
地域経済活性化に資する取組	15,550	15,550	15,550	15,550	15,550
経営指導員等の資質向上	500	500	500	500	500
合計	25,800	25,800	25,800	25,800	25,800

調達方法

会費収入、相模原市補助金、相模原市委託金、神奈川県補助金、伴走型小規模事業者支援推進補助金

(別表 4) 経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割（連携することによる効果）
連携体制図等